Deutscher Bundestag **Drucksache 16/8194**
16. Wahlperiode 20. 02. 2008

Entschließungsantrag

der Abgeordneten Ernst Burgbacher, Jens Ackermann, Christian Ahrendt, Uwe Barth, Rainer Brüderle, Patrick Döring, Mechthild Dyckmans, Jörg van Essen, Paul K. Friedhoff, Horst Friedrich (Bayreuth), Dr. Edmund Peter Geisen, Hans-Michael Goldmann, Miriam Gruß, Joachim Günther (Plauen), Dr. Christel Happach-Kasan, Heinz-Peter Haustein, Elke Hoff, Birgit Homburger, Dr. Werner Hoyer, Hellmut Königshaus, Dr. Heinrich L. Kolb, Gudrun Kopp, Jürgen Koppelin, Sibylle Laurischk, Harald Leibrecht, Ina Lenke, Michael Link (Heilbronn), Horst Meierhofer, Patrick Meinhardt, Jan Mücke, Burkhardt Müller-Sönksen, Dirk Niebel, Hans-Joachim Otto (Frankfurt), Detlef Parr, Cornelia Pieper, Gisela Piltz, Jörg Rohde, Marina Schuster, Carl-Ludwig Thiele, Florian Toncar, Dr. Volker Wissing, Hartfrid Wolff (Rems-Murr), Martin Zeil, Dr. Guido Westerwelle und der Fraktion der FDP

zu der Beratung der Unterrichtung durch die Bundesregierung – Drucksache 16/8000 –

Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung – 16. Legislaturperiode –

Der Bundestag wolle beschließen:

I. Der Deutsche Bundestag stellt fest:

Im Tourismuspolitischen Bericht der Bundesregierung – 16. Legislaturperiode – heißt es auf Seite 27: „Tourismuspolitik ist Teil der allgemeinen Wirtschaftspolitik. Deshalb profitiert auch die Tourismuswirtschaft – ebenfalls wie andere Wirtschaftsbereiche – von geeigneten Rahmenbedingungen unter anderem in der Steuerpolitik und der Bildungspolitik, von der Beseitigung von Wettbewerbsverzerrungen und vom Abbau bürokratischer Hemmnisse." Dieser zentralen Feststellung der Bundesregierung ist zuzustimmen. Im Umkehrschluss bedeutet dies allerdings, dass die Tourismuswirtschaft von ungeeigneten Rahmenbedingungen insbesondere in den wirtschaftspolitischen Gestaltungsfeldern der Steuerpolitik und Arbeitsmarktpolitik in ihrer Wettbewerbsfähigkeit belastet wird. In der 16. Legislaturperiode traf dies die Tourismuswirtschaft besonders hart. Mit der Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 Prozent auf 19 Prozent zum 1. Januar 2007 sind vor allem für die Tourismusbranche konjunkturschädliche und konsumfeindliche Auswirkungen verbunden. Der staatlich geschützte Mindestlohn in der Postbranche ist ein Beleg dafür, dass es der Bundesregierung nicht um Wettbewerb und Arbeitsplätze z. B. im touristischen Mittelstand geht, sondern um Monopolschutz für Großkonzerne.

Demgegenüber setzt die Fraktion der FDP auf eine Politik, die den touristischen Mittelstand in Deutschland stärkt und dazu beiträgt, dass die Menschen „mehr Netto vom Brutto“ haben. Von dieser mittelstandsfreundlichen Politik profitieren die Tourismuswirtschaft und die Menschen in Deutschland.

II. Der Deutsche Bundestag fordert die Bundesregierung auf,

1. eine Verringerung der Steuer- und Abgabenbelastung von Unternehmen und Verbrauchern durch ein niedriges, einfaches und gerechtes Einkommensteuerrecht mit den Sätzen 15, 25 und 35 Prozent durchzusetzen. Die mit der Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 auf 19 Prozent zum 1. Januar 2007 verbundenen konjunkturschädlichen und konsumfeindlichen Auswirkungen insbesondere für die Tourismusbranche müssen verringert werden;
2. die Anwendung reduzierter Mehrwertsteuersätze für Hotellerie und Gastronomie in Deutschland zu ermöglichen. Zur Herstellung von Wettbewerbsgleichheit müssen auch in Deutschland wie in vielen anderen Mitgliedstaaten der EU reduzierte Mehrwertsteuersätze für Hotellerie und Gastronomie genutzt werden können;
3. den Abbau von überflüssiger Bürokratie und Regulierung voranzutreiben;
4. die Flexibilisierung des deutschen Arbeitsmarktes durchzusetzen, damit durch mehr Flexibilität Arbeitsplätze in Deutschland erhalten und neue geschaffen werden können;
5. das Jugendarbeitsschutzgesetz zu novellieren, damit verbesserte Ausbildungsmöglichkeiten für Jugendliche unter 18 Jahren geschaffen werden und dafür die Arbeitszeiten für Jugendliche von 22.00 auf 23.00 Uhr auszudehnen;
6. die Einführung von Mindestlöhnen strikt abzulehnen, denn Mindestlöhne führen im Ergebnis zu einer Verdrängung von Arbeitsplätzen, insbesondere im geringqualifizierten Bereich und zu einer Abwanderung in die Schwarzarbeit;
7. eine konsequente 1:1-Umsetzung von EU-Richtlinien in nationales Recht sicherzustellen. Insbesondere ist ein neuer Gesetzentwurf zu erarbeiten, der im Gegensatz zu dem verabschiedeten Gesetz eine 1:1-Umsetzung der EU-Antidiskriminierungsrichtlinien vornimmt und über deren Regelungsgehalt nicht hinausgeht;
8. eine Entlastung der Hotellerie bei den Rundfunkgebühren durch die Abschaffung der überholten gerätebezogenen Rundfunkgebühr durch eine Medienabgabe zu ermöglichen;
9. die Belastungen der Hotellerie bei der Kabelweitersendung zu reduzieren. Dazu sollte geprüft werden, inwieweit eine Regelung zu Gunsten von Hotels sachgerecht ist und welche Spielräume die verfassungs- und gemeinschaftsrechtlichen Vorgaben des Urheberrechts dazu eröffnen;
10. gemeinsame Anstrengungen mit der deutschen Tourismuswirtschaft zu entwickeln bzw. zu intensivieren, um die deutsche Tourismuswirtschaft zu einem Gewinner der EU-Osterweiterung zu machen. Dazu sind verstärkte Vermarktungsanstrengungen der deutschen Reiseveranstalter notwendig und eine erweiterte Angebotspalette der einheimischen Reisebüros neu zu gestalten;
11. Tourismus als „beste Friedenspolitik“ zu verstehen und deshalb Kriege, Terror, Epidemien und Naturkatastrophen nicht als Vorwand für übertriebene und überflüssige Sicherheitsvorkehrungen zu missbrauchen;

12. Tourismus als „beste Entwicklungshilfe“ zu begreifen. Die deutsche Tourismusindustrie ist Entwicklungsmotor für den Mittelstand in den Ländern, die durch Kriege und Krisen gebeutelt sind und kann oft mehr bewirken als teure Entwicklungshilfeprojekte;
13. gemeinsam mit den Ländern eine weitere Liberalisierung der Öffnungs- und Sperrzeiten durchzusetzen, weil Touristen an ihrem Aufenthalts- oder Urlaubsort auch abends ihre Freizeit so gestalten möchten, wie es ihren Wünschen entspricht;
14. gemeinsam mit den Ländern die Ferienzeiten weiter zu entzerren, weil dies im Interesse der Tourismuswirtschaft und der Touristen ist. Dazu ist eine familienfreundliche Ausdehnung der Sommerferienregelung auf 90 Tage erforderlich;
15. die Entwicklung neuer Konzepte von maßgeschneiderten touristischen Angeboten für Senioren zu unterstützen. Als Grundlage zur Beurteilung der Wachstumspotenziale im Tourismus ist eine verstärkte Befassung der Tourismuswissenschaften durch interdisziplinäre Forschungsansätze zum demografischen Wandel unter besonderer Berücksichtigung touristischer Aspekte sinnvoll und notwendig;
16. die gesellschaftliche Integration von Menschen mit Behinderungen durch eine Verbesserung des touristischen Angebots weiterhin zu begleiten;
17. die Entwicklung neuer Kur- und Urlaubskonzepte der Kur- und Heilbäder zu unterstützen, damit diese die Herausforderungen der EU-Osterweiterung nutzen können und die durch die unterschiedlichen Reformen verursachten Rückgänge ausgleichen können;
18. gemeinsam mit den Ländern und der Tourismusbranche eine Offensive zur Qualitätssicherung und Qualitätsverbesserung zu starten, weil der Tourismusstandort Deutschland mehr als andere von der Qualität seines Angebots abhängt. Beispielhaft ist die Initiative ServiceQualität des Landes Baden-Württemberg;
19. den nachhaltigen Tourismus ideologiefrei durch eine vernünftige Abwägung zwischen den Interessen des Tourismus und des Naturschutzes zu fördern;
20. strukturschwache Regionen zu fördern. Der jährliche Umsatz aus dem Fahrradtourismus liegt bei über 5 Mrd. Euro und kann durch eine bessere Koordinierung des deutschlandweiten Radfernwegenetzes weiter gesteigert werden;
21. gemeinsam mit den Ländern und der Tourismus- und Landwirtschaftsbranche eine Initiative für Urlaub auf dem Lande zu starten, da diese Urlaubsform nicht nur eine wichtige Einkunftsquelle für landwirtschaftliche Betriebe bedeutet, sondern auch für die Regionen;
22. die Mittelvergabe an die Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) auf hohem Niveau zu stabilisieren. Ein erfolgreiches Marketing durch die DZT ist eine wichtige Voraussetzung für ein weiteres Wachstum der Branche;
23. zur Sicherung eines attraktiven Infrastrukturnetzes die Gleichbehandlung der Verkehrsträger und deren Vernetzung zu ermöglichen. Die weiterhin bestehenden Wettbewerbsverzerrungen zu Lasten der Reisebusse als umweltfreundliche und sichere Verkehrsmittel müssen abgebaut werden;
24. die duale Ausbildung in Deutschland zu stärken. Dazu ist eine gemeinsame Finanzierung für das Deutsche Seminar für Fremdenverkehr zu sichern;
25. die Bündelung der Tourismuskompetenzen in der Bundesregierung beim Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie konsequent fortzuset-

zen und den Erhalt eines eigenständigen Tourismusausschusses im Deutschen Bundestag zu unterstützen;

26. die Einführung einer Flugticketsteuer oder einer Kerosinsteuer im nationalen oder im europäischen Alleingang abzulehnen, da dies nur von geringem Nutzen für die Umwelt wäre und Arbeitsplätze vernichten würde;
27. sich für die Einhaltung der Subsidiarität einzusetzen und einer zunehmenden Verlagerung tourismuspolitischer Kompetenzen von der nationalen auf die europäische Ebene entgegenzuwirken;
28. die Infrastruktur und das Marketing für den Wassertourismus zu verbessern. Die Infrastruktur entlang der Wasserwege muss ausgebaut und das Marketing der Wassertourismus- und Wirtschaftsverbände wie in anderen touristischen Bereichen gebündelt und effizienter gestaltet werden;
29. die unangemessene Besteuerung von Wohnmobilen zu korrigieren, damit die große ökonomische und gesellschaftliche Bedeutung des Caravan- und des Campingtourismus erhalten werden kann;
30. mögliche Synergien bei der Außendarstellung Deutschlands zu nutzen. Die Zusammenarbeit der Tourismuswirtschaft mit bundeseigenen Einrichtungen im Ausland, wie dem Goetheinstitut oder dem Deutschen Akademischen Austauschdienst (DAAD), den deutschen Botschaften weltweit und Landesvertretungen in Brüssel können starke Impulse vor allem auf den Kulturtourismus bringen;
31. Anstrengungen zum Erhalt von Industriedenkmälern als touristische Attraktionen zu unterstützen. Bei der Feststellung der Wirtschaftlichkeit eines Industriedenkmals sollte der touristische Aspekt stets mit einbezogen werden.

Berlin, den 19. Februar 2008

Dr. Guido Westerwelle und Fraktion

Begründung

Deutschland hat die Fußballweltmeisterschaft 2006 genutzt und sich als gastfreundliches und weltoffenes Land präsentiert. Toller Service, ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und ein herausragendes kulturelles Angebot haben die Fußballweltmeisterschaft für unsere Gäste und uns zu einem unvergesslichen Erlebnis gemacht. Damit die WM 2006 zu einer dauerhaften Stärkung des Tourismusstandortes Deutschland beiträgt, müssen die Rahmenbedingungen für den Tourismussektor als einer der wichtigsten Dienstleistungs- und Wachstumsbranchen verbessert werden. So können zu den in Deutschland bereits bestehenden 2,8 Millionen Arbeits- und über 100 000 Ausbildungsplätzen im Tourismus weitere hinzukommen.

Durch die EU-Osterweiterung und die demografische Veränderung unserer Gesellschaft mit einer steigenden Zahl älterer Menschen, die über eine hohe Finanzkraft verfügen, kann eine positive Entwicklung des Tourismusstandortes Deutschland weitere Schubkraft erhalten. Aus der EU-Osterweiterung und der damit verbundenen räumlichen Nähe zu den neuen Mitgliedstaaten der Europäischen Union ergeben sich für Deutschland große touristische Potenziale. Der Tourismusstandort Deutschland kann zu den Gewinnern der EU-Osterweiterung werden. Dazu sind umfassende Anpassungen an die Veränderungen in der Sozial- und Altersstruktur der Reisenden, ihres Freizeit- und Reiseverhaltens,

an neue Sicherheitslagen, an den wirtschaftlichen Strukturwandel und technologische Innovationen notwendig. Gemeinsames Ziel von Politik, Verbänden, Tourismuswirtschaft und Reisenden muss sein, diesen Anpassungsprozess erfolgreich zu gestalten, um die Wachstumsperspektiven zu nutzen. Relevante Entwicklungstrends und Bedürfnisse von potenziellen Reisenden müssen rechtzeitig erkannt und entsprechende Angebote gemacht werden.

In den neuen Ländern ist der Tourismus schon heute der Motor der Entwicklung ganzer Regionen. Servicebereitschaft und das Preis-/Leistungsverhältnis sind in ganz Deutschland auf einem hohen Niveau. Die Angebotsstrukturen sind günstig. Persönliche Sicherheit ist in Deutschland ebenso gegeben wie Sauberkeit und Hygiene. Deutschland als „Land der Dichter und Denker“ bietet ein herausragendes kulturelles Angebot mit seinen Kulturdenkmälern, Schlössern, Burgen, Kathedralen, historischen Städten und abwechslungsreichen kulturellen Veranstaltungen. Für viele Gäste sind deutscher Wein und deutsches Bier in einer einzigartigen Natur und Landschaft weitere touristische Highlights. Das Straßenverkehrsnetz ist zentrales Element einer vorbildlichen Infrastruktur, damit hat Deutschland alle Vorraussetzungen, um im internationalen Wettbewerb zu profitieren und Marktanteile auszubauen. Insbesondere der boomende Städte- und Kongresstourismus beweist, welches Potenzial im Deutschland-Tourismus steckt.

Natur und Umwelt sind günstige Standortfaktoren für den Tourismus in Deutschland. Die vielfältigen Landschaftsformen und die intakte Umwelt bieten den Reisenden Erholung und viele Möglichkeiten der Freizeitgestaltung. In Deutschland gibt es 14 Nationalparks, 14 Biosphärenreservate und 95 Naturparke.

Diese nationalen Naturlandschaften sind reizvolle Urlaubsziele, in denen die Vielfalt der Natur und der Kultur Deutschlands entdeckt werden können. Nicht nur die Tourismusbranche kann von einer intakten Natur profitieren. Auch die Umwelt und Natur selbst kann durch den Tourismus gewinnen. Die Erfahrungen haben gezeigt, dass durch den Tourismus in Großschutzgebieten willkommene Einnahmen entstehen, die wiederum den Biosphärenreservaten oder den Naturparken zugute kommen. Naturnaher und nachhaltiger Tourismus sind deshalb ideologiefrei zu fördern. Gerade der Ausbau von Fahrradwegen und Wanderwegen sowie die Förderung nachhaltiger Natursportmöglichkeiten wie zum Beispiel Klettern und Paddeln ermöglichen es den deutschen Tourismusbetreibern, den Standort Deutschland noch attraktiver zu gestalten.

Doch können neue Arbeits- und Ausbildungsplätze nur durch eine konsequente Verbesserung der touristischen Rahmenbedingungen entstehen. Leider werden aber die notwendigen Freiräume für die überwiegend mittelständischen Unternehmen der Tourismuswirtschaft in Deutschland zunehmend durch eine ausufernde Bürokratie beschnitten. Durch immer neue Regulierungen im ohnehin schon verkrusteten deutschen Arbeitsrecht wird die Schaffung neuer Jobs verhindert. Die Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 auf 19 Prozent zum 1. Januar 2007 ist konjunkturschädlich und konsumfeindlich und damit besonders schädlich für den Tourismus. Für die heimischen Gastronomen und Hoteliers haben die Wettbewerbsverzerrungen durch die Mehrwertsteuererhöhung in Verbindung mit der unterschiedlichen Anwendung der verringerten Mehrwertsteuersätze in Europa weiter zugenommen.

Notwendig sind grundlegende Reformen unserer sozialen Sicherungssysteme. Gerade für die Tourismusbranche sind zukunftssichere und marktwirtschaftliche Reformen eine Voraussetzung, um die touristischen Potenziale auszuschöpfen, die mit der Alterung unserer Gesellschaft verbunden sein können. Europa wird zunehmend wichtiger für die nationale Tourismuspolitik. Deshalb müssen wir uns verstärkt Gedanken darüber machen, ob es im Interesse des Tourismusstandortes Deutschland ist, dass die Europäische Union ihre Kompe-

tenzen hier ausweitet. Auf nationaler Ebene ergaben sich durch die Beschlüsse zur Föderalismusreform Nachteile für die Branche. Insbesondere die positive Entwicklung des Kongress- und Messetourismus in Deutschland wird durch unterschiedliche Gesetze in den Ländern beeinträchtigt. Durch die vielfältigen Sparmaßnahmen der öffentlichen Hand und in den Unternehmen sind die Gesamtausgaben für Geschäftsreisen in Deutschland drastisch von 54,1 Mrd. Euro in 2003 auf 44 Mrd. Euro in 2004 zurückgegangen. Schließlich fordern Kriege, Terrorismus und Naturkatastrophen eine ständige Abwägung von notwendigen Sicherheitsvorkehrungen für Reisende und ungetrübten Reisespaß, der nicht durch lästige und überflüssige Maßnahmen beeinträchtigt werden sollte.



Gesamtherstellung: H. Heenemann GmbH & Co., Buch- und Offsetdruckerei, Bessemerstraße 83–91, 12103 Berlin
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Amsterdamer Str. 192, 50735 Köln, Telefon (02 21) 97 66 83 40, Telefax (02 21) 97 66 83 44
ISSN 0722-8333